

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

## DIPLOMSKI RAD

KREIRANJE UZORAKA ZA SJENILA ZA AUTORSKU PODNU SVJETILJKU I JASTUKE  
INSPIRIRANIH RADOVIMA DIZAJNERICE ORLE KIELY

Marija Franjić

Zagreb, rujan 2018.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET  
ZAVOD ZA DIZAJN TEKSTILA I ODJEĆE

DIPLOMSKI RAD

KREIRANJE UZORAKA ZA SJENILA ZA AUTORSKU PODNU SVJETILJKU I JASTUKE  
INSPIRIRANIH RADOVIMA DIZAJNERICA ORLE KIELY

Mentorica:

red. prof. art. Andrea Pavetić

Studentica:

Marija Franjić, 10769

Zagreb, rujan 2018.

Zavod u kojem je rad izrađen: **Zavod za dizajn tekstila i odjeće**

Broj stranica: 41

Broj tablica: 1

Broj slika: 48

Broj literaturnih izvora: 7

Broj likovnih ostvarenja: 32

Članice Povjerenstva za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. red. prof. art. Andrea Pavetić, mentorica
2. izv. prof. dr. sc. Martinia Ira Glogar, članica i predsjednica Povjerenstva
3. izv. prof. dr. sc. Ana Sutlović, članica Povjerenstva
4. izv. prof. art. Koraljka Kovač Dugandžić, zamjenica članica Povjerenstva

## **IZJAVA**

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad izradila samostalno, isključivo znanjem stečenim na Sveučilištu u Zagrebu Tekstilno-tehnološkom fakultetu, služeći se navedenim izvorima podataka i uz stručno vodstvo mentorice red. prof. art. Andree Pavetić, kojoj se još jednom srdačno zahvaljujem.

U Zagrebu, rujan 2018.

## Sadržaj

### SAŽETAK

### ABSTRACT

1. UVOD .....	1
2. TEORIJSKI DIO .....	2
2.1. DIZAJNERICA ORLA KIELY .....	2
2.2. ZNAČJ UZORAKA U ŽIVOTU I RADU ORLE KIELY .....	4
3. LIKOVNI DIO .....	7
3.1. RADOVI ORLE KIELY KAO IZVOR INSPIRACIJE .....	7
3.2. ANALIZA RADOVA IZ LIKOVNE MAPE .....	9
3.2.1. UZORCI ZA SJENILA ZA PODNE SVJETILJKE .....	10
3.2.2. UZORCI ZA JASTUKE .....	15
4. EKSPERIMENTALNI DIO .....	26
4.1. PROCES IZRADE DIJELOVA PODNE SVJETILJKE .....	26
4.2. TISAK KREIRANIH UZORAKA NA ECO SOLVENT PRINTERU .....	28
4.4. VIZUALNI IDENTITET GOTOVOG PROIZVODA .....	30
5. ZAKLJUČAK .....	32
6. POPIS LITERATURE .....	33

## SAŽETAK

Diplomski rad pod nazivom *Kreiranje uzoraka za sjenila za autorsku podnu svjetiljku i jastuke inspiriranih radovima dizajnerice Orle Kiely* objedinjuje elemente umjetničkog, tehnološkog i ekonomskog pristupa s ciljem stvaranja dvije vrste proizvoda - podnih svjetiljki i jastuka. Likovni dio rada sadržava seriju idejnih rješenja uzoraka za sjenila za podne svjetiljke i jastuke. Napravljena je vizualizacija korištenja uzoraka na navedenim predmetima, te vizualizacija njihove upotrebe u interijeru. U radu se nalaze i fotografije realiziranih proizvoda – podnih svjetiljki. Inspiracija za stvaranje vlastite kolekcije uzoraka pronađena je u radu dizajnerice Orle Kiely, u njezinim radovima vezanim prvenstveno uz dizajn tekstila. Karakteristično za njezin rad su stilizirani motivi, prikazani plohamo živih boja. Iste uzorke Orle Kiely koristi na velikom broju predmeta koje koristimo u svakodnevnom životu. Navedeni principi korišteni su i u ovom radu, pa su kreirani uzorci primijenjeni na sjenila za podne svjetiljke i jastuke. Uzorci kreirani u okviru ovog rada otisnuti su na tekstilnu podlogu i primijenjeni na podnim svjetiljkama koje su dizajnirane i izrađene na način da su estetski usklađene s kreiranim uzorcima. U radu su prikazani osnovni koraci kroz koje prolazi dizajner tekstila u svom radu - od pronalaženja izvora inspiracije, preko kreiranja uzoraka, do njihove realizacije i primjene na različitim proizvodima.

**Ključne riječi:** kreiranje uzoraka za tekstil, podne lampe, jastuci, Orle Kiely

## ABSTRACT

Master thesis named *Creating samples for author lampshade for floor lamps and pillows inspired by the work of a designer Orla Kiely* unites elements of artistic, technological and economic approach with the purpose of creating two types of products. Artistic part of the work includes collection of design ideas for lampshade and pillows. Visualization was made for the use of samples on the above objects, and visualization of their use in the interior. The master thesis also includes photographs of realized products, floor lamps. The inspiration for creating my own collection of samples was found in the work of designer Orla Kiely, especially in her works primarily related to textile design. Characteristic of her work are stylized motives, surface with vibrant colors. Orla Kiely use the same samples for many things we use in everyday life. The same principles are used in this work, so the patterns were applied to the shades for floor lamps and pillows. The patterns created under this work are also printed on the textile base, and applied on the floor lamps which are designed and made in a way that are aesthetically aligned with the created samples. This work presents the main steps through which every textile designer goes through his work - from finding the source of inspiration, through the creation of patterns, to their realization and use on various products.

**Keywords:** creating patterns for textiles, floor lamps, pillows, Orla Kiely

## 1. UVOD

Inspiracija za kreiranje uzoraka za sjenila za podne svjetiljke i jastuke pronađena je u radu dizajnerice Orle Kiely. Ono što karakterizira njezin rad i čini ga prepoznatljivim su boje i oblici koje koristi u dizajniranju svojih proizvoda. Boja je nevjerojatno moćan element dizajna jer daje posebni pečat svakom proizvodu i utječe na ukupni vizualni dojam, vizualnu percepciju proizvoda. Analizirajući rad Orle Kiely možemo uočiti da je kao poticaj za dizajniranje uzoraka koristila sve što je bilo u njezinom okruženju, a privlačilo je njenu pažnju. To su najčešće bili motivi iz prirode - cvijeće različitih veličina, boja i oblika, drveće, lišće, životinje, voće. Osim motiva iz prirode koristi i motive poput pribora za jelo, šalice, automobila... Sve navedeno stilizira na način koji postaje prepoznatljiv.

Orla Kiely: *„Kada izgradite svoj život oko dizajna, nikada ne prestanete upijati ideje iz svijeta oko vas, čak i ako toga niste svjesni. To može biti i najmanja stvar – proizvod na polici u trgovini, svakodnevne stvari, stare i nove.“*<sup>1</sup>

Uzorci kreirani u ovom radu inspirirani su cvjetnim motivima. Kreirani uzorci bit će primijenjeni na podnim svjetiljkama dizajniranim i izrađenim upravo za potrebe ovog rada.

---

<sup>1</sup> Orla Kiely, *Pattern*, London, 2010.



## **2. TEORIJSKI DIO**

U teorijskom dijelu rada ukratko su opisani život i djelo dizajnerice Orle Kiely iz razloga što su njezini radovi bili polazište i izvor inspiracije za kreiranje uzoraka za autorsku podnu svjetiljku i jastuke, te promišljanje o mogućnosti pokretanja vlastite tvrtke koja bi se bavila dizajniranjem i proizvodnjom prvenstveno tekstilnih predmeta za interijere.

### **2.1. DIZAJNERICA ORLA KIELY**

Orla Kiely rođena 1963. godine u Dublinu, u Irskoj. Odrastanje u kasnim šezdesetim i ranim sedamdesetim godinama bilo je odlučujuće u stvaranju njezinog dizajnerskog DNA. Živjela je dvije minute od mora i iako je često kišilo, provodila je puno vremena vani, u prirodi, na plaži ili poljima, okružena planinama. Boje prirode kojom je bila okružena prenesla je u svoje radove. Njezina ljubav prema modi razvila se u ranom djetinjstvu. Prvu šivaću mašinu dobila je s 12 godina i to ju je potaknulo na kreiranje i bitno je utjecalo na odluku čime se želi baviti u životu. Važan utjecaj na nju imala je i profesorica umjetnosti koja joj je bila podrška i prvi mentor. Školovala se za dizajnera tekstila na National College of Art and Design u Dublinu. Po završetku studija odlazi u New York gdje radi za tvrtku koja je dizajnirala uzorke za tapete i tkanine. Nakon godinu dana napušta New York i odlazi u London. Ubrzo počinje raditi za Esprit, američku modnu tvrtku sa sjedištem u Düsseldorfu, u Njemačkoj. Dvije godine rada u Espritu pružile su joj neprocjenjivo radno iskustvo. Školovanje nastavlja na Royal College of Art u Londonu gdje se specijalizira za pletenu odjeću. Veliku financijsku pomoć i podršku pružili su joj otac i budući suprug Dermott Rowan. Uspjeh je doživjela kada je, kao dio kolekcije na završnoj studentskoj reviji, dizajnirala vunene šešire za koje se zainteresirao i koje je kupio zastupnik Harrodsa.

## 2.2. RAZVOJ BREND A DIZAJNERICE ORLE KIELY

Orla Kiely je svoj posao od početka temeljila na timskom radu u čemu joj je pomogao suprug Dermott koji je imao iskustvo upravljanja na projektima u građevinskoj industriji. Njihov cilj bio je ostvariti dobru poslovnu suradnju s dobavljačima i proizvođačima, održavati kvalitetu svojih proizvoda i izvršavati zadatke u zadanim rokovima. Tvrtka Harrods se zainteresirala za njihov rad i odlučila je biti njihov zastupnik. Međutim, bez obzira na uspješno poslovanje s Harrodsom, Orla je željela krenuti dalje - zaključila da proizvodnja za nekog drugog ne vodi prema osobnom napretku. Dermott je dao prijedlog da osnuju malu tvornicu i da krenu u vlastitu proizvodnju kapa. Orla je smatrala da za uspješno poslovanje nisu dovoljne samo dobre ideje, već da je potrebno biti okružen dobrim poslovnim partnerima, prvenstveno dobavljačima i proizvođačima kojima se može vjerovati, koji dijele jednake vizije i s kojima se može dobro surađivati. Uz pomoć supruga Dermotta i agenta Orla je uspjela ostvariti mnoge poslovne suradnje. Ključan trenutak je bio krajem 1997. godine kada je britanska robna kuća Debenhams ponudila Orli poslovnu suradnju. To je bio jasan pokazatelj da je Orla na pravom putu ka uspjehu. Nakon toga se mogla posvetiti razvoju vlastitog brenda (Sl.1). Osnovala je svoj ured u trgovačkom centru u sjeverozapadnom Londonu i tu je nastavila svoje poslovanje.



*Slika 1: Vizualna prepoznatljivost brenda Orla Kiely*

### 2.3. ZNAČJ UZORAKA U ŽIVOTU I RADU ORLE KIELY

Za Orlu Kiely uzorak ima izuzetno veliku važnost. Za nju su uzorci uvijek snažna izražajna sredstva. Oni mogu ukazivati na red i statičnost, ali isto tako da mogu biti dinamični i povezani s plesom i glazbom. Ona uzorak opisuje kao oduševljenje za oči. Tkaninu s uzorkom opisuje kao međuodnos boje, karaktera materijala, teksture i uzorka. Inspiraciju je pronalazila u svemu. Proučavala je uzorke kroz povijest. Za Orlu je uzorak nešto kreativno i nešto što je vizualno vrlo privlačno. Smatrati uzorak vrstom ukrasa za nju je predstavljalo neshvaćanje uzorka u fundamentalnom<sup>2</sup> smislu. Uzorak je dio matematičke strukture života kao takvog. Razmišljanja o uklanjanju uzoraka za Orlu su neprihvatljiva. Ona kaže da je to isto kao da se lišavamo osjećaja ili živimo bez glazbe.

Ljubav za uzorke je konstantna koja obilježava život Orle Kiely. Orla se u potpunosti posvetila kreiranju uzoraka, posebno vizualnom doživljaju svojih uzoraka, tome kako njezini uzorci utječu na promatrače, kakve reakcije izazivaju. Pokušava stvoriti ravnotežu između želja tržišta i vlastitih ideja. Smatra da dizajner nikada ne smije izgubiti sebe, da mora zadržati vlastiti identitet (Sl. 2). Bez obzira na želje kupaca i ljudi s kojima je poslovala, u svaki svoj proizvod utkala je dio sebe i uvijek je davala svoj maksimum.



*Slika 2 : Floralni uzorci Orle Kiely*

---

<sup>2</sup> Fundamentalizam (lat. fundamentum - osnova) je način mišljenja u kome se određena načela smatraju za suštinske istine koje, bez obzira na njihov sadržaj imaju nepromjenljiv i neprikosnoven autoritet.

Prvi dojam koji ostavlja neki uzorak Orla povezuje s trenutkom, mjestom, vremenom ili raspoloženjem i definira ga kao vizualni vokabular koji kod promatrača stvara određene asocijacije već na prvi pogled: plave i bijele pruge većinom nas asociraju na mornare, dok slikoviti, gusti cvjetni uzorci mogu prizvati slike nekih prošlih vremena. Mnogi uzorci danas su toliko specifični da ne ukazuju na svoje podrijetlo. Korištena paleta boja i korišteni oblici pobuđuju različite individualne asocijacije. Čak i uzorcima koji imaju jak kulturni ili povijesni karakter može se dati nov, osobni pečat. Tako Paisley<sup>3</sup> dizajn koji podsjeća na viktorijanski stil kod Orle izgleda svježije i moderno uz promjenu boje prema živahnoj kombinaciji plave, zelene, roze i crvene.

Orla je osim s umjetnošću, uzorke povezivala i sa znanošću. Tu prvenstveno uzima prirodu kao izvor. Raspodjela latica na tučku, spiralni oblik plodova, kristalni oblik pahuljica odgovaraju zlatnom rezu. Zlatni rez temelji se na Fibonaccijevom<sup>4</sup> nizu, pri čemu je svaki sljedeći broj zbroj prethodna dva (1:1:2:3:5:8...).

Orla tvrdi da posvuda oko nas možemo vidjeti i doživjeti različite uzorke. Pođemo li u šetnju parkom ili nedinutom prirodom možemo uočiti uzorke poput linija paukove mreže, žilica na listu, raslojavanja sedimentnih stijena, paperjastih oblaka na nebu... Priroda je za Orlu nepresušan izvor inspiracije. William Morris<sup>5</sup> je u svoj rad nastojao prenesti vitalnost prirode na način da je uzorke stvarao nakon pažljivog promatranja autohtonih engleskih biljaka. Uzorke je raspoređivao vertikalno u S-oblik, ili dijagonalno, sugerirajući time rast. Njegovim radom Orla je bila fascinirana.

Orla smatra da su svi uzorci na neki način geometrijski određeni, jer uzorak uključuje ponavljanje određenog motiva u pravilnim intervalima. Orla definira stilizaciju kao bazu kreiranja uzoraka. Svođenje oblika, prirodnog ili stvorenog od strane čovjeka, na njegove osnovne elemente, pazeći pritom na prepoznatljivost, osnova su Orlinog pristupa kreiranju uzoraka.

Orla također naglašava da je doza humora jako važna u dizajnu. Tijekom suradnje s tvrtkom Tate kreirala je uzorak sa stiliziranim Marsovcem. Obzirom da je uzorak bio vrlo gust i malen, tek kada bi se gledao iz blizine shvatilo bi se o čemu se radi. Vrtne kornjača drugi je

---

<sup>3</sup> Paisley-dizajn preuzet iz arijskih motiva botech (botech, perzijska riječ-grm, šikara)

<sup>4</sup> Fibonacci-Zlatni rez je matematičko-strukturalni pojam kojeg se najčešće veže za umjetnost, jer je u povijesti umjetnosti najčešće korišten.

<sup>5</sup> William Morris (24.4.1834. - 3.10.1896.) je bio engleski tekstilni dizajner, arhitekta, umjetnik, inženjer i pisac.

uzorak kod kojeg se isto Orla poigrava s udaljenošću promatrača – tek kada bi se pogledao iz blizine moglo se primijetiti da su to dvije kornjače koje se ljube.

Iako početne reakcije kupaca na Orlin uzorke nisu bile obećavajuće, ona je imala povjerenja u vlastite ideje i danas je nezaobilazno ime u svom području djelovanja.

### 3. LIKOVNI DIO

#### 3.1. RADOVI ORLE KIELY KAO IZVOR INSPIRACIJE

Uzorci Orle Kiely imaju jak osobni pečat dizajnerice i vrlo su prepoznatljivi. Njezin rad karakteriziraju koloristički snažni uzorci, jednostavni oblici i stilizacija motiva. Ona kreirane uzorke koristi ne samo za tekstil namijenjen izradi odjeće, već i za tekstil za različite proizvode za interijere (Sl. 3).



*Slika 3: Svjetiljke Orle Kiely*

Uzorci kreirani u ovom radu inspirirani su prvenstveno cvjetnim motivima Orle Kiely koji predstavljaju prepoznatljiv simbol njezinog rada.

Prilikom kreiranja uzoraka za ovaj rad pokušao se prenijeti dašak Orlinog pristupa da se idejna rješenja moraju dobro uklopiti u interijer, a da istovremeno budu prepoznatljiva i upečatljiva. Također se razmišljalo o vizualnom povezivanju pojedinih serija radova, tj. usklađenosti različitih uzoraka što je također jedna od bitnih karakteristika Orlinog rad. Koliko se u tome uspjelo prikazano je na slici 4 .





*a) Uzorci Orle Kiely*

*b) Vlastiti uzorci*

*Slika 4, a,b: Usporedba vizualnog dojma koji na promatrača ostavljaju uzorci Orle Kiely i vlastiti uzorci*

Na slici 5 može se vidjeti kako se uzorci Orle Kiely uklapaju u jedan interijer, koliko ga vizualno određuju i na koji način se različiti uzorci međusobno povezuju i nadopunjavaju.



*Slika 5: Uzorci Orle Kiely na različitim predmetima u jednom interijeru*

### **3.2 ANALIZA RADOVA IZ LIKOVNE MAPE**

Likovna mapa sadrži 32 uzorka za tekstil podijeljena u dvije glavne skupine.

Prvu skupinu čine uzorci namijenjeni za sjenila za podne svjetiljke. 16 kreiranih uzoraka podijeljeno je po svojim vizualnim karakteristikama u manje cjeline (Sl. 6-21).

Na isti način su podijeljeni i uzorci kreirani za jastuke kojih je također izrađeno 16 (Sl. 22-37).

Zajednička karakteristika koja povezuje sve kreirane uzorke je korištenje istog motiva, a to je cvjetni, floralni motiv. Obzirom da je prva serija radova namijenjena za sjenila za podne svjetiljke, u toj seriji prevladavaju tople boje kako bi se svjetiljke koloristički što bolje uklopile u različite interijere i kako bi se sjenila što bolje koloristički povezala s bojom drveta od koje je izrađena svjetiljka. Druga serija radova namijenjena je za dekorativne jastuke i ona je u cjelini koloristički i po načinu oblikovanja cvjetnog motiva puno snažnija.

Već u procesu kreiranja uzoraka za tekstil dizajner treba razmišljati o proizvodu za koji su uzorci kreirani, o ciljnoj skupini potrošača i tehnološkom postupku koji će biti korišten za realizaciju uzoraka. Ciljna skupina potrošača u ovom slučaju su prvenstveno odrasle osobe, a kao tehnološki postupak realizacije uzoraka odabrana je tehnologija tiska.

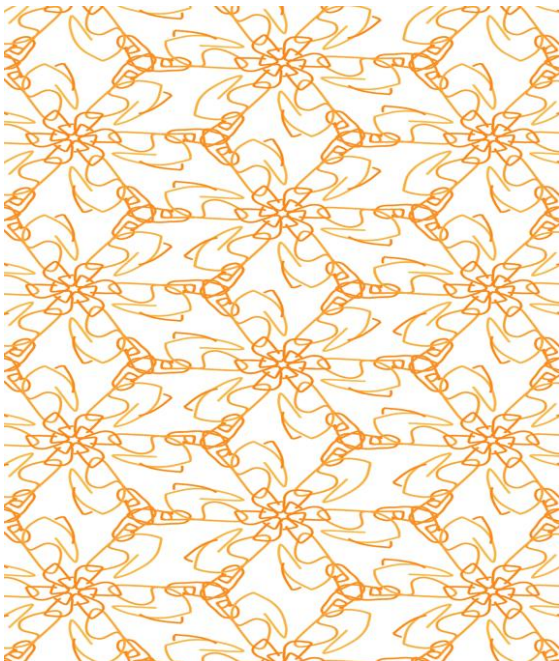
U nastavku slijedi prikaz kreiranih uzoraka koji se nalaze u likovnoj mapi, te likovna analiza pojedinih uzoraka.



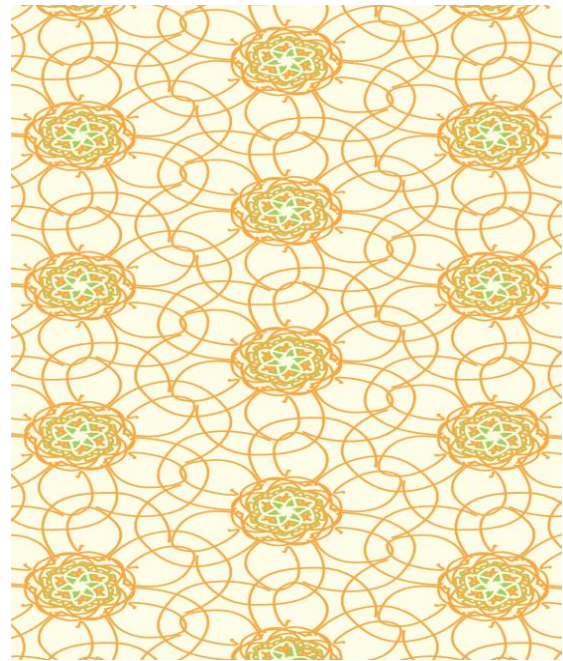
### 3.1.1. UZORCI ZA SJENILA ZA PODNE SVJETILJKE

#### • RADOVI PRVE SERIJE UZORAKA ZA SJENILA ZA PODNE SVJETILJKE

Radove prve serije povezuju principi gradnje kompozicije i korištene boje. U prva dva rada ove serije dominantan je narančasti linijski crtež. Linijski crtež u druga dva rada je tamnih, zagasitih boja, dok posljednja dva rada ove serije nastaju spajanjem do sada korištenih oblika i boja. Naglasak je sada na boji i plohi. Podloge radova i plohe obojeni su na način da dominantni postaju tonaliteti narančaste i žute boje. Svjetla boja podloge sada je svedena na minimalnu količinu i nalazimo je tek u centralnom dijelu ponavljajućih elemenata.



*Slika 6*



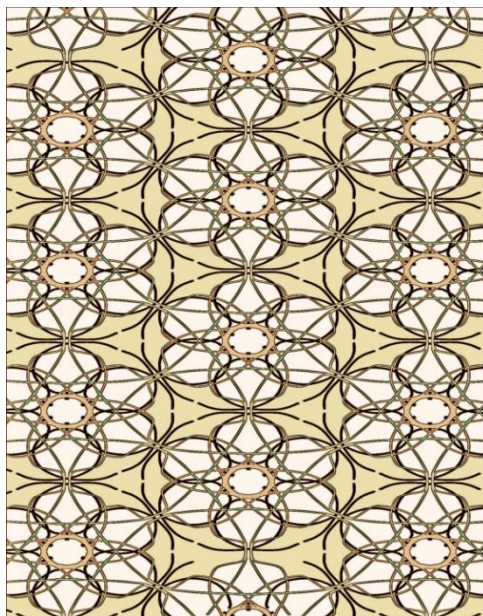
*Slika 7*

U prva dva rada ove serije (Sl. 6,7) dominantna je narančasta boja. Ona u prvom radu djeluje puno intenzivnije jer se linijski crtež nalazi na bijeloj podlozi. U prvom radu kretanje linije je puno slobodnije. Svojim kretanjem ona stvara stilizirane cvjetove koji se ponavljaju i koji su pravilno raspoređeni po podlozi. U drugom radu kretanje linije je pravilno i naglašen je središnji dio stiliziranog cvjeta.

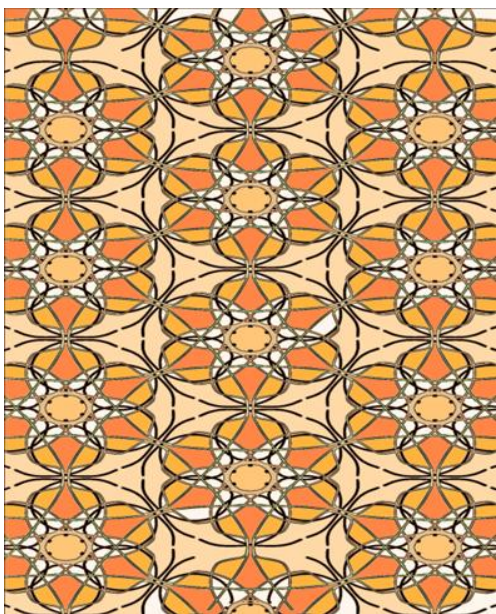




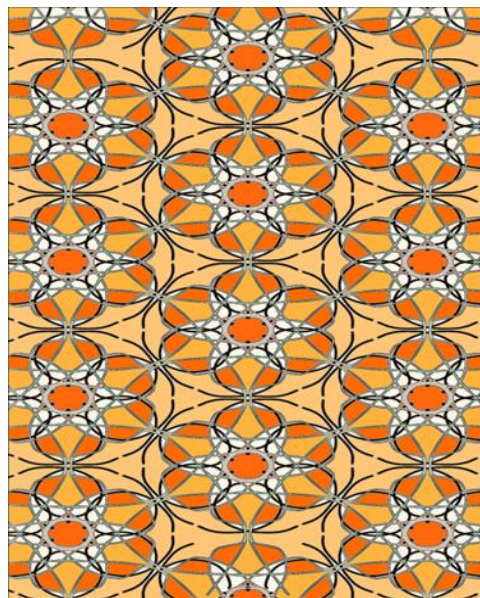
*Slika 8*



*Slika 9*



*Slika 10*



*Slika 11*

Radovi prikazani na slikama 10 i 11 kompozicijski su jednaki. Kompoziciju definiraju kružni oblici čija je crna obrisna linija isprekidana, a unutar kojih su smješteni stilizirani, geometrizirani motivi cvjetova. U radu prikazanom na slici broj 11 korišteni su tonaliteti istih boja, ali su boje jačeg intenziteta, veće zasićenosti nego u radu na slici broj 10.

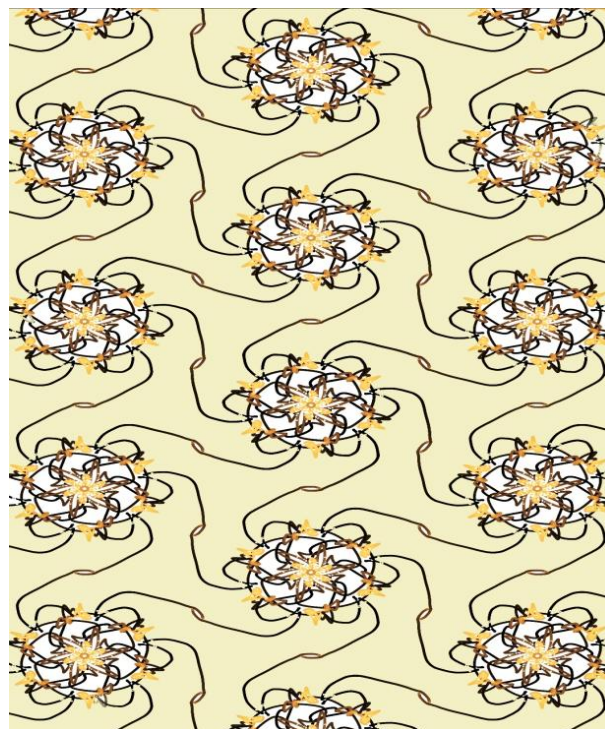


## • RADOVI DRUGE SERIJE UZORAKA ZA SJENILA ZA PODNE SVJETILJKE

Drugu seriju povezuje linijski crtež kojim se grade cvjetni motivi na svijetlo obojenim podlogama. Dok su kod prva dva rada ove serije središta stiliziranih cvjetova naglašena intenzivnim zgušnjavanjem linija, u druga dva rada njihov vizualni intenzitet je neusporedivo manji. Radovima dominiraju topli, zemljani tonovi linija koje se u ponavljajućem ritmu kreću svijetlom podlogom gradeći stilizirane cvjetove.



*Slika 12*

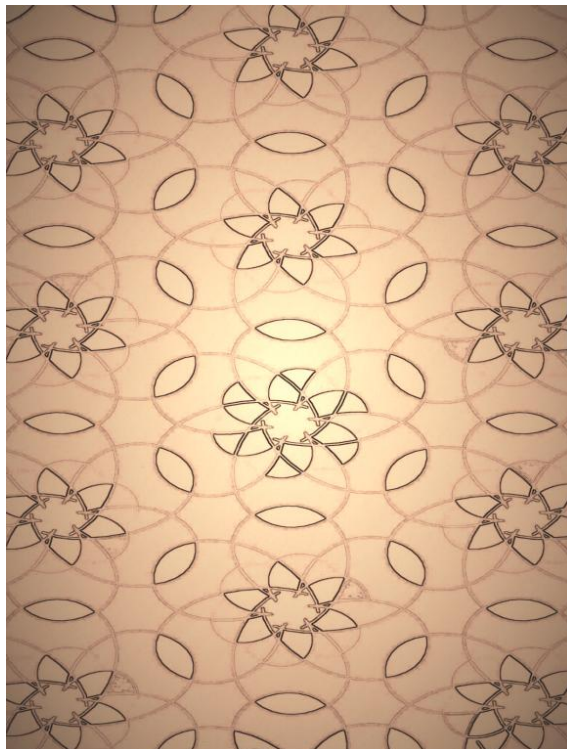


*Slika 13*

Radovima 12 i 13 dominiraju naglašena središta cvjetova koja su u pravilnom ritmu raspoređena na svijetlim podlogama i koja su spojena linijama. U radu broj 12 te linije su kratke, meke, zaobljene, a u drugom radu one djeluju kao crta koja u svom neprekinutom kretanju oblikuje i zatvara složene oblike koji po svom vizualnom intenzitetu postaju gotovo ravnopravni intenzitetu cvjetnih motiva.



*Slika 14*



*Slika 15*

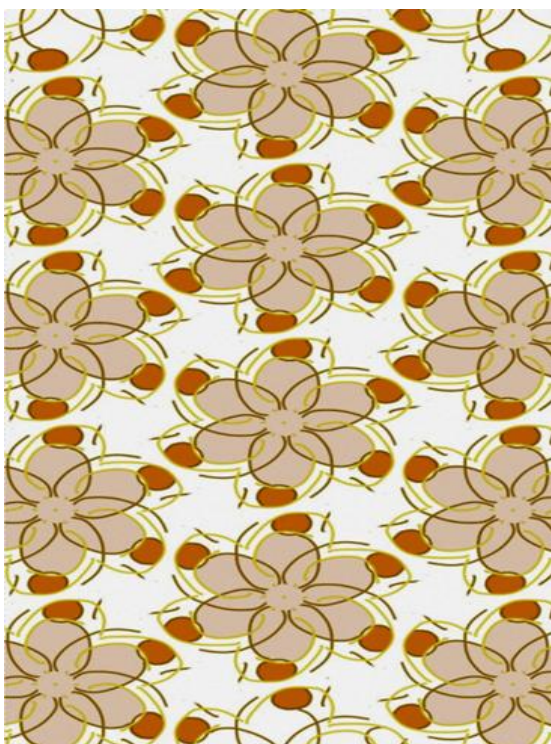
Radove prikazane na slikama 14 i 15 karakterizira jednostavnost koja proizlazi iz korištenja samo jednog elementa – linije koja gradi pravilne ponavljajuće oblike. Iako kompozicije djeluju statično, elementi koji ih grade djeluju dinamično i ostavljaju dojam kretanja i rotacije.

#### • **RADOVI TREĆE SERIJE UZORAKA ZA SJENILA ZA PODNE SVJETILJKE**

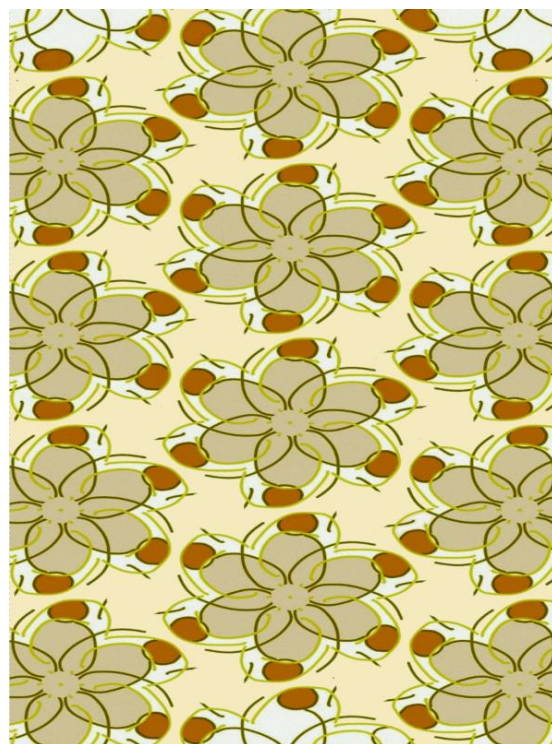
Glavno obilježje radova iz treće serije je dominacija plohe nad linijom. Ponovno se radi o istom principu komponiranja i stiliziranja cvjetnog motiva. Glavni izražajni likovni element ove serije je ploha. Radovi su rađeni kao parovi koji predstavljaju varijaciju u boji i/ili intenzitetu boje ploha. U cjelini, svaki slijedeći par ove serije je koloristički intenzivniji.

Radovi prikazani na slikama 16 i 17 su najmanje intenzivni radovi ove serije. Varijacije u boji podloge i ploha malog su intenziteta.

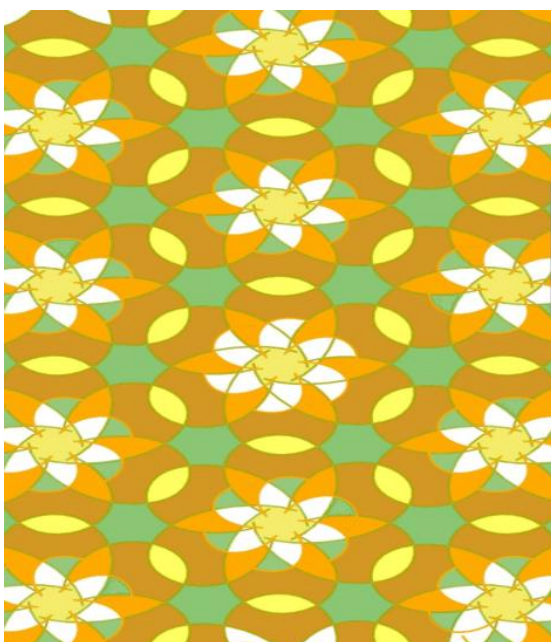




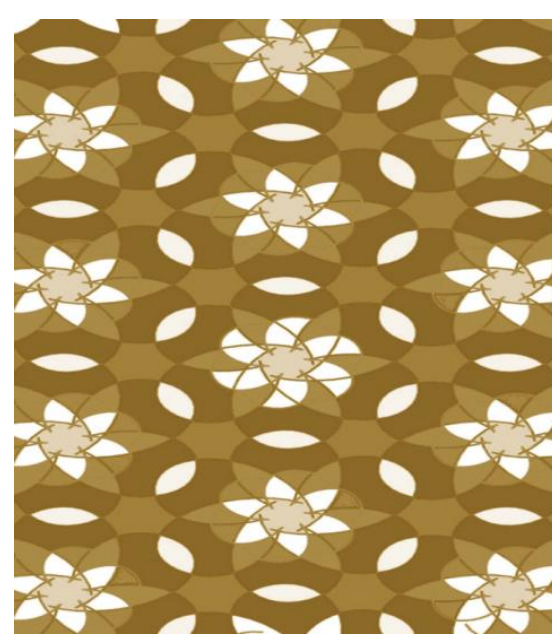
*Slika 16*



*Slika 17*



*Slika 18*



*Slika 19*

Radovi prikazani na slikama 18 i 19 nastaju kombinacijom jedne tople boje i njezinih tonova s bijelom, ili međuodnosima više toplih boja s bijelom. Iako kompozicijski identični, vizualno su ova dva rada potpuno drugačija.



*Slika 20*



*Slika 21*

Radovi prikazani na slikama 20 i 21 kompozicijski su jednaki, razlika je samo u zasićenju boje - na prvom radu boje su intenzivnije, a na drugom su manje intenzivne i djeluju hladnije. U prvom radu dominira jarko žuta boja, a na drugom zemljana. Na oba rada prisutne su obrisne linije ploha.

### **3.1.2. UZORCI ZA JASTUKE**

Seriya od 16 radova na kojima su prikazani uzorci za jastuke podijeljena je u četiri dijela, od kojih svaki sadržava po četiri rada.



### • RADOVI PRVE SERIJE UZORAKA ZA JASTUKE

Radove prve serije obilježavaju intenzivne boje, kontrasti svjetlo-tamno, boja-neboja. Motiv je stiliziran na način koji podsjeća na infantilnu jednostavnost prikaza motiva cvijeta. Radovi su vizualno izuzetno snažni.



*Slika 22*



*Slika 23*



*Slika 24*



*Slika 25*

## • RADOVI DRUGE SERIJE UZORAKA ZA JASTUKE

Radove druge serije obilježavaju varijacije boja. Prvi rad prvog para (Sl. 26) napravljen je hladnim bojama, a prvi rad drugog para (Sl. 28) toplim. Drugi rad svakog od ova dva para obogaćen je uvođenjem novih boja na način da se stvara toplo-hladni kontrast.



*Slika 26*



*Slika 27*



*Slika 28*



*Slika 29*



### • RADOVI TREĆE SERIJE UZORAKA ZA JASTUKE

Svi radovi treće serije potpuno su kompozicijski identični, a njihova različitost postiže se različitim obojenjem elemenata kompozicije i razlikama u boji podloge.



*Slika 30*



*Slika 31*



*Slika 32*



*Slika 33*

## • RADOVI ČETVRTE SERIJE UZORAKA ZA JASTUKE

Radove četvrte serije čine dva para radova koji su po elementima kojima se gradi kompozicija različiti. Radovi unutar istog para različitog su intenziteta što je postignuto bojom.



*Slika 34*



*Slika 35*



*Slika 36*



*Slika 37*

### 3.2 VIZUALIZACIJA NAMJENE IDEJNIH RJEŠENJA UZORAKA ZA TEKSTIL

Nakon što dizajner napravi idejna rješenja uzoraka za tekstil, treba napraviti i vizualizaciju njihove namjene na predmetima za koje su uzorci bili kreirani kako bi provjerio da li je postigao željeni cilj. Ako je zadovoljan rezultatom može krenuti u realizaciju kreiranih uzoraka.

U nastavku slijedi vizualizacija primjene kreiranih uzoraka na dvije vrste proizvoda: na sjenilima za podne svjetiljke (Sl. 38-42) i na ukrasnim jastucima (Sl. 43-44).



*Slika 38:* Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka





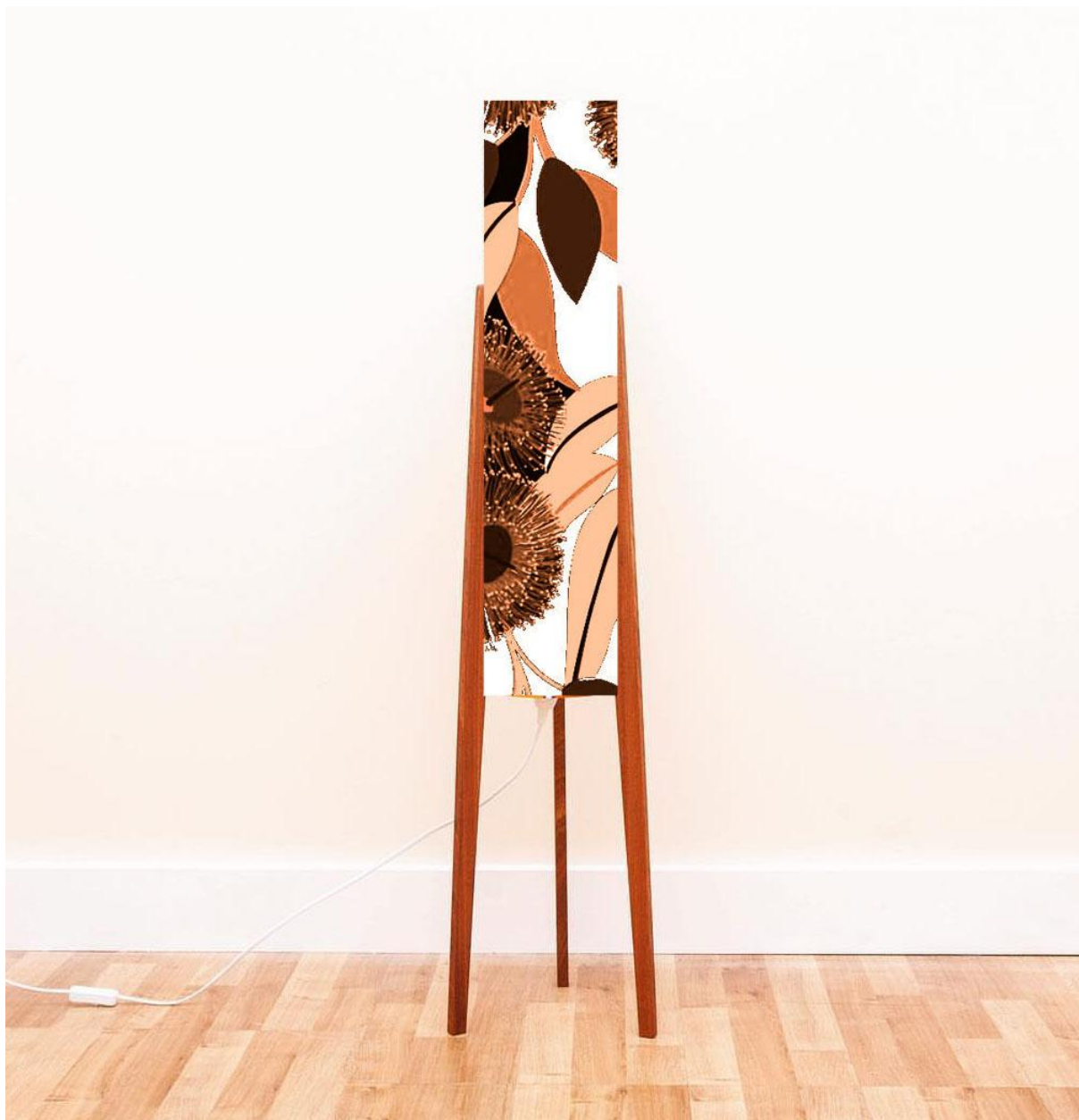
*Slika 39: Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka*



*Slika 40:* Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka



*Slika 41: Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka*



*Slika 42: Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka*



*Slika 43 (a, b): Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka na ukrasne jastuke*



*a*





*b*

*Slika 44 (a, b): Vizualizacija primjene kreiranih uzoraka na ukrasne jastuke*

Jastučnice dimenzija 40x40 cm bile bi izrađene od mekane pamučne tkanine. Jastuci su namijenjeni različitim interijerima koje će svojim bojama i uzorcima oživjeti i upotpuniti (Sl. 43 i 44).

## **4. EKSPERIMENTALNI DIO**

U eksperimentalnom dijelu rada bit će opisan proces izrade dijelova podne svjetiljke, način prenošenja kreiranog uzorka na tekstilnu podlogu i promišljanje o tržišnom potencijalu proizvoda s ciljem pokretanja vlastite proizvodnje.

### **4.1. PROCES IZRADE DIJELOVA PODNE SVJETILJKE**

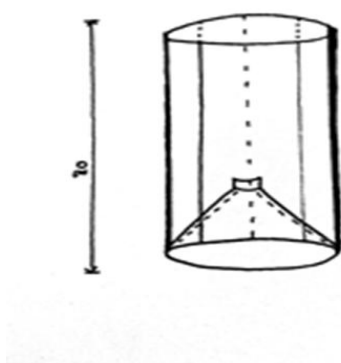
Prva faza u procesu ručne izrade podne svjetiljke bilo je skiciranje željenog oblika svjetiljke. Odlučeno je da će to biti podna svjetiljka, suvremenog dizajna, koja će se dobro uklopiti u različite interijere. Prilikom izrade nacrtu trebalo je razmišljati o mogućnostima izrade svjetiljke obzirom na raspoložive tehničke i financijske mogućnosti, te usklađivanje različitih vrsta materijala. Nakon što je napravljen nacrt bilo je potrebno odrediti vrstu drveta za izradu konstrukcije svjetiljke. Odabrani su orah i trešnja zbog lijepe prirodne boje koja se dobro

uklapa u gotovo svaki interijer, a po boji odabrano drvo dobro odgovara kreiranim uzorcima. Po nacrtima je ručno izrađena konstrukcija podne svjetiljke (Sl. 45) i to u dvije veličine.



*Slika 45: Postolja podne svjetiljke izrađeno od oraha*

Oblik sjenila prati oblik postolja za sjenilo, što znači da je sjenilo valjkastog oblika. Prema skici (Sl. 46) napravljena je konstrukcija za sjenilo. Izrađena je od nehrđajućeg čelika. Visina sjenila je 60 cm, a promjer 20 cm za veće podne svjetiljke, a za manje visina sjenila je 50 cm, a promjer 16 cm.



*Slika 45: Skica konstrukcije za sjenilo*

Nehrđajući čelik odabran je za konstrukciju za sjenilo iz razloga što ne oksidira, pa neće vremenom promijeniti boju i postati estetski neprihvatljiv. Konstrukcija na središnjem dijelu ima otvor za grlo žarulje E14 (Sl. 46 a, b). Obzirom da će sjenilo biti izrađeno od tkanine bit će korištena led žarulja koja se ne zagrijava pa ne može oštetiti tekstilni materijal niti ga zapaliti.



*a*



*b*

*Slika 46 (a, b): Konstrukcija od nehrđajućeg čelika za podne svjetiljke*

## **4.2. TISAK KREIRANIH UZORAKA NA ECO SOLVENT PRINTERU**

Eco Solvent printeri koji koriste kvalitetne Eco Sol boje omogućavaju kvalitetan ispis na različitim materijalima, a otisak je trajan i otporan na vremenske utjecaje i UV zračenje. Vodootporan ispis omogućava korištenje otisnutih materijala u zatvorenim i otvorenim prostorima (samoljepive PVC folije, baneri, cerade, mash). Većina postojećih Eco-solventnih i solventnih rješenja u pravilu po kvaliteti ispisa zaostaje za ispisom na pisačima na vodenoj bazi i na UV pisačima. Njihova prednost je prvenstveno u nižoj cijeni ispisa, mogućnosti korištenja PVC materijala i trajnosti kod korištenja na otvorenom. Dimenzije otiska mogu biti do 2 do 5 metara širine. Noviji solventni pisači postižu brzine otiska preko 100 m<sup>2</sup> u satu. Pisači koji koriste Eco-solventne boje su vrlo rasprostranjeni zbog povoljne cijene i pisača i

tiska. Po brzini i konstrukcijski nisu prilagođeni industrijskom tisku, pa se koriste u manjim tvrtkama.

Kreirani uzorci otisnuti su na opisanom uređaju.

### 4.3. TRŽIŠNI POTENCIJAL PROIZVODA

Obzirom da je tijekom eksperimentalnog dijela rada uspješno realiziran prototip proizvoda, krenulo se u smjeru promišljanja o tržišnom potencijalu proizvoda s ciljem pokretanja vlastite proizvodnje.

Bazni proizvod koji bi tvrtka ponudila na tržištu su ručno rađene unikatne svjetiljke - domaći, ekološki prihvatljiv proizvod visoke estetske vrijednosti. Mogućnost izrade proizvoda za svakog pojedinog kupca predstavlja prednost u odnosu na cjenovno povoljnije velike konkurente poput IKEE, Prime, Lesnine, Emmezete.

Tržišni potencijal proizvoda dobro se vidi na temelju SWOT analize (Tab. 1). Tvrtka bi dodatno mogla privući kupce kvalitetnom promocijom, korištenjem različitih kanala prodaje i aktivnostima poput organiziranja edukativnih radionica za djecu i odrasle na kojima bi kupcima bilo omogućeno da sudjeluju u izradi lampi.

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<b>kvaliteta, ručna, domaća izrada ekološki prihvatljivog proizvoda načinjenog od kvalitetnih materijala, domaći dobavljači, estetski promišljen proizvod</b>	dugotrajnost izrade proizvoda, cijena viša nego u slučajevima serijske proizvodnje
<b>PREDNOSTI</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<b>proizvod se može prilagoditi kupcu, mala konkurencija</b>	veliki proizvođači koji imaju niske cijene

Tablica 1: SWOT analiza

Također treba izračunati minimalnu ekonomski prihvatljivu cijenu proizvoda u koju trebaju biti ukalkulirani ukupni troškovi proizvodnje, promocije, profit i PDV, te procijeniti njezinu prihvatljivost za ciljnu skupinu potrošača.

#### 4.4. VIZUALNI IDENTITET GOTOVOG PROIZVODA

Stvaranje kvalitetnog vizualnog identiteta tvrtke i proizvoda važan je element uspjeha na tržištu. Iz tog razloga osmišljen je logotip<sup>6</sup> proizvoda (Sl. 47) i način vizualnog predstavljanja proizvoda. Za logotip je odabrana crna boja. Logotip je vrlo jednostavan – čini ga kombinacija pisanih i tiskanih slova - inicijala imena i naziva proizvoda na engleskom jeziku što otvara mogućnost ponude proizvoda i na stranom tržištu.



*Slika 47: Logotip proizvoda*

Vizualno predstavljanje proizvoda (Sl. 48: a, b) osmišljeno je na način da se pruži dovoljno početne informacije o proizvodu i da se kroz jednostavno i estetizirano rješenje zainteresira potencijalne kupce za proizvod.



---

<sup>6</sup> Logotip (grč. λογότυπος = logotipos), odnosno skraćeno Logo, je grafički znak, simbol ili ikona, koji označuje proizvod ili poduzeće. Može se sastojati od slova, grafike i drugih kombinacija. Uloga loga je trenutno prepoznavanje proizvoda. Potpuni logo sastoji se od logotipa, ikone i slogana.



*mn*  
L a m p s

*Slika 48 (a, b): Vizualno predstavljanje proizvoda*

## **5. ZAKLJUČAK**

U izradi u diplomskog rada korištena su znanja stečene na studiju kroz predmete koji pripadaju različitim područjima – umjetničkom, tehničkom i društvenom. Objedinjavanje usvojenih znanja tijekom procesa izrade diplomskog rada rezultiralo je realizacijom prototipa kvalitetno osmišljenog, funkcionalnog, estetski pomno oblikovanog, ručno izrađenog, ekološki prihvatljivog, unikatnog domaćeg proizvoda koji po provedenoj SWOT analizi ima tržišni potencijal.

Izradom diplomskog rada obuhvaćene su faze u rasponu od početne ideje o proizvodu pa sve do realizacije prototipa i izrade vizualnog identiteta gotovog proizvoda. Obzirom da su izrađene četiri podne svjetiljke, proizvod je zapravo spreman za tržište, pa su rezultati ovog diplomskog rada stvaran potencijal koji može prerasti u poslovni poduhvat – pokretanje proizvodnje podnih svjetiljki, a time i rješavanje pitanja vlastitog zapošljavanja.

## 6. POPIS LITERATURE

1. *Eco Solvent Print*- <http://geadata.hr/usluge/sublimacijski-tisak-tisak-na-tekstil/>  
(26.09.2018)
2. Kiely, O. (2010.); *Pattern*
3. Kiely,O. (2016.); *Colouring Book*
4. Karavanić, A.(1990.); *Design*
5. Novak, I. (2017.); *Ekonomika poduzetništva u tekstilu i modi* (prezentacije)
6. Visocky O'Grady,J.; Visocky O'Grady,K. (2006.); *A designer's research manual*
7. Wheeler, A.(2009.); *Desining brend identitiy-third edition* (A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands)-  
<http://tallismedia.weebly.com/uploads/2/5/1/9/2519853/alinawheeler-designingbrandidentity.pdf> (26.09.2018)